

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN
DALAM MEMAKAI JASA CUCI KILOAN PADA D'LAUNDRY DAN
DRY CLEAN DI KETINTANG BARU SELATAN
SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial Politik UPN Veteran
Jawa Timur



Oleh :

NURIYAWAN

NPM. 0642010121

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL " VETERAN " JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2011

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memakai jasa cuci kiloan pada D’Laundry dan Dry clean di Ketintang Baru Selatan Surabaya “.

Penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, M. Si, sebagai dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan petunjuk dan pengarahan serta dorongan sejak awal hingga akhir penyusunan proposal ini.

Penyusunan Skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan berbagai pihak sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si sebagai dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Lia Nirwati, MSi. sebagai ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jawa Timur.
3. Dra. Siti Ning Farida, MSi sebagai sekretaris jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

4. Bapak dan Ibu dosen jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
5. Kedua orang tua yang tercinta, kakak dan semua yang kusayangi yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan baik materiil maupun spiritual.
6. Teman-teman angkatan 2006 yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyelesaian proposal ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Terima kasih.

Surabaya, Oktober 2011

Penulis

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
KONSUMEN DALAM MEMAKAI JASA CUCI KILOAN
PADA D'LAUNDRY DAN DRY CLEAN
DI KETINTANG BARU SELATAN
SURABAYA

Oleh:
NURIYAWAN

ABSTRAKSI

Perkembangan zaman dan juga perkembangan peradaban manusia dewasa ini telah membawa manusia kepada perubahan-perubahan kehidupan kearah yang lebih baik. Pada kemajuan zaman ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar yang semakin pesat, sehingga menuntut adanya system strategi pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang industri maupun jasa. Pemasaran merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah diharapka perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan, fasilitas-fasilitas yang menunjang dan prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan.

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa cuci kiloan D'Laundry dan Dry clean di Ketintang Baru Selatan Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa cuci kiloan pada D'Laundry dan Dry Clean Ketintang Baru Selatan di Surabaya sejak bulan Januari s.d Maret 2011 sebanyak 107 orang. Teknik pengambilan data menggunakan teknik purposive sampling. Dan teknis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian pada penelitian ini adalah Variabel harga, fasilitas dan pelayanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Kepuasan konsumen D'Laundry dan D'Clean. Dengan demikian hipotesis satu dan dua yang berbunyi "harga, fasilitas dan pelayanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Kepuasan konsumen D'Laundry dan D'Clean" adalah diterima.

Kata kunci: Harga, Fasilitas, pelayanan, dan kepuasan konsumen

FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION CONSUMER USE IN
CLEANING SERVICE IN THE D'LAUNDRY AND DRY CLEAN
AT SOUTH NEW KETINTANG
SURABAYA

by:
NURIYAWAN

ABSTRACT

The times and also the development of human civilization has brought people to the changes towards a better life. At times the progress is encouraging the development of the business world is rapidly increasing, thus demanding a system that better marketing strategies in each company that is engaged in industry and services. Marketing is one means for companies to achieve the objectives that have been hoped by company. In order to, the goal is reached then each resulting in a company should try and deliver goods and services that consumers want to provide a good service, support facilities and procedures established by the company.

To know and analyze the effect of simultaneous and partial price, facilities and service to customer satisfaction in service users D'Laundry and Dry clean in South New Ketintang Surabaya.

The population in this study is the consumers who use the services of the D' Laundry and Dry Clean New South Ketintang in Surabaya from January to March 2011 as many as 107 people. Data retrieval techniques using purposive sampling technique. And technical analysis used in this study were multiple linear regression analysis.

The results in this study is the price variable, facilities and services simultaneously and partial effect to consumer satisfaction of D'Laundry and Dry Clean. Thus hypothesis one and two, which reads "price, facilities and services simultaneously and partial effect to consumer satisfaction of D'Laundry and Dry Clean is acceptable.

Key words: price, facilities, services, and consumer satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pemasaran.....	5
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.1.2 Pemasaran Jasa.....	6
2.1.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1.4 Konsep Pemasaran	8
2.1.2 Jasa	8

2.1.2.1	Pengertian Jasa	8
2.1.2.2	Karkteristik Jasa	9
2.1.2.3	Macam-Macam Jasa	11
2.1.2.4	Sifat-sifat Khusus Pemasaran Jasa	13
2.1.3	Kualitas Layanan Jasa	14
2.1.3.1	Definisi Kualitas Layanan Jasa	14
2.1.3.2	Faktor-faktor Kualitas Layanan Jasa	15
2.1.3.3	Mengelola Kualitas Layanan Jasa	16
2.1.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	18
2.1.5	Hubungan antara Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Konsumen.....	19
2.2	Kerangka Berpikir	20
2.3	Hipotesis	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Definisi Operational dan Pengukuran Variabel	22
3.1.3	Definisi operasional	22
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	25
3.2.1	Populasi	25
3.2.2	Sampel	25
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	26
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.3.1	Jenis Data.....	27

3.3.2	Sumber Data	28
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	28
3.4	Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	29
3.4.1	Uji Validitas.....	29
3.4.2	Uji Reliabilitas	29
3.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	29
3.5	Teknik Analisis	32
3.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.6	Uji Hipotesis	34
3.6.1	Uji Simultan (Uji F)	34
3.6.2	Uji Parsial (Uji t).....	36
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Sejarah Perusahaan.....	38
4.1.1	Lokasi Perusahaan	38
4.1.2	Gambaran Umum Penelitian	38
4.2	Deskripsi Hasil Kuisisioner.....	38
4.2.1	Diskripsi Identitas Responden.....	38
4.2.2	Analisis Deskripsi Jawaban Responden.....	42
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
4.3.1	Uji Validitas.....	45
4.3.2	Uji Reliabilitas	46
4.4	Hasil uji asumsi klasik	47
4.4.1	Uji Normalitas	47

4.4.2	Multikolinieritas	48
4.4.3	Heterokedastisitas	49
4.4.4	Uji Autokorelasi.....	50
4.5	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
4.5.1	Analisis Koefisien Korelasi Koefisien Determinasi	52
4.5.2	Pengujian Hipotesis	53
4.5.2.1	Uji F (Uji Simultan)	53
4.5.2.2	Uji t (Uji Parsial).....	54
4.5.3	Koefisien Korelasi Parsial	58
4.6	Interpretasi	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deskripsi Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.2	Deskripsi Umur Responden	39
Tabel 4.3	Deskripsi Pendidikan Terakhir.....	40
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden.....	41
Tabel 4.5	Frekuensi Ke Laundry	41
Tabel 4.6	Hasil Penilaian Rata-rata Variabel Harga (X1).....	42
Tabel 4.7	Hasil Penilaian Rata-rata Variabel Fasilitas (X2)	43
Tabel 4.8	Hasil Penilaian Rata-rata Variabel Pelayanan (X3)	44
Tabel 4.9	Hasil Penilaian Rata-rata Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	45
Tabel 4.10	Uji Validitas	46
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas Model.....	47
Tabel 4.13	Nilai Variance Inflation Variabel Bebas	49
Tabel 4.14	Nilai Durbin Watson	50
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.16	Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi.....	52
Tabel 4.17	Hasil Perhitungan Uji F	53
Tabel 4.18	Hasil Perhitungan Uji t	55
Tabel 4.17	Nilai Koefisien Korelasi Parsial.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kualitas Jasa	17
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	21
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Untuk Uji F	36
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan Dan Penolakan	37
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas	49
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan H1 dan Penolakan H0 Uji F	54
Gambar 4.3 Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan	
Variabel X1	56
Gambar 4.4 Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan	
Variabel X2	57
Gambar 4.4 Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan	
Variabel X2	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman dan juga perkembangan peradaban manusia dewasa ini telah membawa manusia kepada perubahan-perubahan kehidupan kearah yang lebih baik. Pada kemajuan zaman ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar yang semakin pesat, sehingga menuntut adanya system strategi pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang industri maupun jasa.

Pemasaran merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah diharapkan perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan, fasilitas-fasilitas yang menunjang dan prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan.

Memberikan kepuasan konsumen yang baik merupakan strategi yang sangat baik untuk mendapatkan konsumen baru yang lebih banyak, lebih sedikit kehilangan pelanggan, lebih banyak pendekatan dari persaingan harga. Pelayanan yang bagus dan memuaskan juga bisa memberikan semangat karena membutuhkan budaya organisasi dimana orang ditantang untuk menunjukkan potensi mereka agar dihargai dan diakui. Pelayanan merupakan komponen nilai yang pokok yang menggerakkan setiap perusahaan untuk sukses.

Kesibukan konsumen akan aktifitasnya, banyak jumlah keluarga dan tidak adanya pembantu membuat konsumen cenderung tidak mempunyai waktu dan tidak ingin mengurus tenaganya untuk mengerjakan pekerjaan yang dianggap penting tetapi mudah untuk dilakukan yakni mencuci pakaian. Banyak konsumen yang lebih mencari praktisnya. Oleh karena itu, usaha cuci kiloan bisa menjadi pertimbangan konsumen yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sebagai perusahaan jasa, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada konsumen maka perlu diperhatikan factor-faktor kualitas layanan jasa yang diberikan kepada konsumen. Pada saat ini, konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi jasa mempunyai banyak pertimbangan-pertimbangan seperti harga, pelayanan dan fasilitas yang ada pada cuci kiloan tersebut dan juga penempatan lokasi yang mudah dijangkau. Hal ini penting sekali untuk dilakukan mengingat bahwa konsumen akan melakukan pembelian secara berulang apabila kinerja dari jasa tersebut mampu memberikan sesuai dengan harapan mereka. Apabila kinerja yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga mereka tidak akan menggunakan jasa tersebut secara berulang atau bahkan merekomendasikan kepada calon konsumen lain hal-hal yang buruk terhadap jasa cuci kiloan tersebut sehingga dampaknya sangat merugikan jasa cuci kiloan itu sendiri.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk diteliti, karena hal ini merupakan salah satu alasan konsumen untuk melakukan pembelian ulang jasa cuci kiloan tersebut.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan diantara perusahaan atau pihak cuci kiloan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian secara berulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang tentunya menguntungkan bagi perusahaan dalam hal ini adalah pihak cuci kiloan tersebut sendiri.

Berawal dari masalah ini, maka peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian terhadap cuci kiloan dengan judul “ Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memakai jasa cuci kiloan pada D’Laundry dan Dry clean di Ketintang Selatan Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah Harga, Fasilitas dan Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna jasa cuci kiloan D’Laundry dan Dry clean di Ketintang Selatan Surabaya ?
2. Apakah Harga, Fasilitas dan Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa cuci kiloan D’Laundry dan Dry clean di Ketintang Selatan Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa cuci kiloan D’Laundry dan Dry clean di Ketintang Selatan Surabaya.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa cuci kiloan D'Laundry dan Dry clean di Ketintang Selatan Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan teori pemasaran dan perilaku konsumen. Khususnya digunakan sebagai solusi alternative dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan faktor – faktor yang mempengaruhi fasilitas dan pelayanan pada pengguna jasa cuci kiloan D'Laundry dan Dry clean di Ketintang Selatan Surabaya

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi manajemen perusahaan khususnya dibidang pemasaran, selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.